Fare business con l'intelligenza artificiale: 5 opportunità evidenziate da SumUp

20230726164557aihead-57c21709

L’Intelligenza Artificiale si è affermata nell’ultimo anno come strumento di **supporto alle attività di comunicazione** grazie alla diffusione di tecnologie di AI generativa che consentono di creare contenuti in modo automatico. Negli Stati Uniti il 29% dei giovani professionisti appartenenti alla Gen Z dichiara di utilizzare tool di AI generativa come ChatGPT, seguiti a poca distanza dai Gen X (28%) e dai Millennials (27%). In particolare, **i settori in cui** l’Intelligenza Artificiale **è più utilizzata sono quelli del marketing e della pubblicità** (37%), **della tecnologia (35%) e della consulenza (30%).**

A inizio 2023 l’uso di ChatGPT è esploso **anche in Italia raggiungendo più di 9 milioni di interazioni**, a dimostrazione dell’interesse da parte degli utenti per le opportunità dell’AI generativa. In questo scenario, SumUp - fintech attiva nel settore dei pagamenti digitali per business di ogni dimensione - ha identificato **cinque modi in cui l'Intelligenza Artificiale può essere usata dagli esercenti** per innovare le strategie di marketing e digitalizzare la propria attività.

“L’Intelligenza Artificiale è una tecnologia presente in moltissimi strumenti che i commercianti utilizzano quotidianamente da anni: dai social media ai dispositivi di pagamento”, afferma **Umberto Zola**, Growth Marketing Lead di SumUp. *“Tuttavia, nel 2023 abbiamo assistito a una vera e propria* ***rivoluzione derivata dalla diffusione dei tool di AI generativa*** *come ChatGPT, Bard e Midjourney.*

La possibilità di creare immagini e testi in modo automatico ha acceso l’interesse degli esercenti ma, allo stesso tempo, ha portato alla diffusione in rete di ***deep fake****, immagini false create dall’AI, e casi di violazione di copyright. Per chi gestisce un’attività è dunque importante conoscere le specificità di queste tecnologie per* ***non incorrere nei rischi legati a un uso inconsapevole*** *e, al contrario, utilizzarle efficacemente per la promozione e la gestione della propria attività”.*

1. ChatGPT e Bard per creare il nome del locale o di un nuovo cocktail

Ideare il nome di un negozio, descrivere in modo affascinante i piatti del menù di un ristorante e creare uno storytelling originale legato alla storia del proprio business sono strategie utili per **aumentare la riconoscibilità di un brand e fidelizzare la clientela**. I tool di AI generativa come ChatGPT o Bard di Google possono supportare gli esercenti grazie alla capacità di generare testi in modo automatico: utilizzando una semplice chat è possibile chiedere a ChatGPT di **creare il nome di un locale** specificando il tipo di cucina, domandare un consiglio sulla lista dei piatti o dei cocktail da mettere in menù e, per ognuno di questi, farsi supportare nella scelta di un nome creativo.

È quindi uno strumento **utile in fase di brainstorming**, ma non è adatto se si vuole ideare una ricetta o scrivere contenuti informativi: come specificato dalla stessa piattaforma, infatti, ChatGPT può generare informazioni su persone, luoghi e fatti inaccurate (dette “allucinazioni”) o non attuali perché la sua conoscenza è aggiornata al 2021. Anche Bard, disponibile in Italia da metà luglio, ha le stesse funzionalità e gli stessi limiti: trattandosi, però, di uno strumento sviluppato da Google, attinge a tutte le informazioni indicizzate dal motore di ricerca e può quindi generare contenuti attingendo anche a dati di attualità.

2. Midjourney per la creazione di immagini social o per ispirazione

La comunicazione dei brand passa sempre di più attraverso la **componente visiva**: strumenti di text to image come Midjourney consentono di generare immagini in automatico e possono essere un utile supporto per esercenti e commercianti. Anche se più complessi di ChatGPT, perché devono essere utilizzati in lingua inglese e richiedono un abbonamento, trovano sempre **più utilizzi nel campo della ristorazione**: ad esempio, il giornalista gastronomico tedesco Oliver Wagner ha sperimentato l’uso di Midjourney per creare foto di piatti a partire da immagini esistenti che era necessario migliorare oppure generandole da zero. Seguendo le istruzioni presenti direttamente nella piattaforma è possibile creare i cosiddetti “prompt”, ovvero le istruzioni testuali da dare al tool per generare immagini.

Si può, ad esempio, creare **“a pineapple cocktail”** (un cocktail all’ananas), aggiungendo eventualmente anche uno stile: “a pineapple cocktail pixel art”. Le immagini risultanti possono essere utilizzate per la comunicazione sui social, per realizzare la locandina di un evento oppure per fare la prova di resa di un impiattamento. Nel caso in cui vengano pubblicate online o stampate in contenuti diffusi al pubblico, però, **è sempre importante esplicitare che le immagini sono state create con l’Intelligenza Artificiale** per evitare che vengano interpretate come immagini vere e quindi generare l’effetto deep fake. È bene inoltre non usare stili di artisti e fotografi famosi per non incorrere in problematiche legate al diritto d’autore.

3. DeepL per adattare menù ed e-commerce al linguaggio locale

Sempre più esercenti hanno l'opportunità di espandere il proprio mercato grazie a clienti esteri: l'unica barriera è quella linguistica. Anche in questo caso l'Intelligenza Artificiale può essere di **supporto per migliorare la comunicazione** e fare crescere il business di negozi fisici interessati ad attrarre i turisti o negozi online che vogliono espandere il proprio mercato oltre l'Italia.

In particolare, grazie all'AI è possibile **non solo tradurre i contenuti ma anche localizzarli,** ovvero adattarli alle specificità culturali legate a date, ore, espressioni idiomatiche, giochi di parole o emoji. È sufficiente inserire il testo in italiano all'interno di strumenti basati sull'AI come DeepL per localizzare i propri contenuti destinati ai materiali di marketing, ai social, siti web o ai menù per i turisti stranieri.

4. I chatbot per rendere più efficace la comunicazione con i clienti

Tra le applicazioni emergenti dell'Intelligenza Artificiale, i chatbot sono il trend del momento e possono essere usati non solo come supporto alla creatività ma anche per la **comunicazione con i clienti a scopo di marketing o in supporto al customer service**. Esistono infatti varie applicazioni che gli esercenti possono integrare all'interno dei propri canali proprietari per impostare con il cliente una "conversazione" empatica ed efficace grazie alla tecnologia di AI generativa.

I chatbot basati su AI generativa possono essere **utilizzati per creare messaggi personalizzati, per rispondere alle domande degli utenti di un sito di ecommerce oppure per inviare contenuti mirati con promozioni e comunicazioni di nuovi prodotti.** I chatbot sono una dimostrazione di come il rapido sviluppo dell'AI generativa trasformerà la comunicazione, avvicinando sempre più brand e utenti in ambiti come quello della ristorazione, dei negozi, dei viaggi o più in generale dei servizi.

5. Le tecnologie antifrode per pagamenti sicuri online e in negozio

L'integrazione dell'AI nei sistemi di pagamento digitale è estremamente diffusa. Sebbene non tutti gli esercenti ne siano consapevoli, nei sistemi di pagamento digitale sono spesso integrate tecnologie per la **lotta alle frodi o per prevenire o bloccare utilizzi non autorizzati**. Esistono anche opportunità di applicazione dell'Intelligenza Artificiale nel servizio clienti e nell'autenticazione degli utenti.

L'Intelligenza Artificiale può utilizzare **dati biometrici** (impronte digitali, riconoscimento facciale o vocale) per un'autenticazione bancaria sicura; il **machine learning** è utilizzato per rilevare le acquisizioni di conti correnti individuando comportamenti insoliti dei clienti e per individuare e prevenire le frodi sulle carte di credito. Questi strumenti, inoltre, monitorano le transazioni in tempo reale riuscendo ad adattarsi nel tempo all'evolversi di nuove minacce.